

MARCH 2002
NO.0001

3

リッチコンテンツ時代の
ビジネスモデルを追究する

[ブロードバンド・ブレイン]

B-brain in magazine

Contents

Interview P.74

**大容量コンテンツ配信のSIに特化
TV配信も視野に世界から技術を集結**

Market eye P.78

**ITならぬ“RT”を基本戦略に
5つの事業機会をつかまえる**

B-style P.84

**【ヒットポップス】
コンテンツ配信事業は「オセロゲーム」
ISPとの共同歩調こそ勝利の条件**

COVER
メディア・クルーズ・ソリューション
代表取締役社長
五郎丸聡司氏

Photo : Minoru Mitsui

B - b r a i n i n m a g a z i n e

Contents

Interview

Market eye

B-style

Technical element

Column

ITならぬ「RT」を基本戦略に 5つの事業機会をつかまえる

2001年末時点でADSL加入数は約153万、CATVインターネットの約130万を逆転した(総務省まとめ)。ブロードバンドビジネスを支えるアクセスインフラの急伸が、放送と通信の融合を一気に加速させる。通信ビジネスのトレンドとビジネスチャンスは今後どう推移していくのか。ブロードバンド時代の多様なビジネスに取り組むための基本条件について、富士通総研の主席研究員、佐々木一人氏に概説していただいた。

ささき かずと
佐々木一人
富士通総研 M & M コンサルティング事業部 事業部長代理(主席研究員)、千葉大学工学部卒。全日本テレビサービス(現・NHKアイテック)、長銀総合研究所を経て、1998年11月より富士通総研(2001年4月より現職)、情報通信・放送産業ならびに同関連事業分野の調査研究やコンサルティング、講演、執筆活動に従事。主な著書に「ケータイビジネス2001」「ブロードバンドビジネス2002」「ソフトバンクパブリッシング」などがある。1958年秋田県生まれ。

進化の中にチャンスとリスク

今日、マスコミなどで喧伝されている「ブロードバンド」とは何か。直訳すると「広帯域」ということになるのだが、近年のインターネット利用者の急拡大、2000年11月にIT戦略会議(議長:出井伸之ソニー会長)によって掲げられた「日本は2005年までに超高速インターネット大国

となることを目指す」としたIT基本戦略の影響もあって、「ブロードバンド」は「ブロードバンドインターネット(高速・広帯域のインターネット)」という意味合いで用いられている場合が多い。

とりわけ、昨年以降に相次いで発表された「e-Japan戦略(2001年1月)」「e-Japan重点計画(2001年3月)」「e-Japan2002プログラム(2001年6月)のe-Japan関連施策が、「ブロードバンドインターネット」に対する様々な期待を膨張させるとともに、それを一挙に時代のキーワードに押し上げるようになった(図1)。

しかし、全ての人々が「ブロードバンド」を「ブロードバンドインターネット」と認識しているかという必ずしもそうではない。単に伝送路の高速・広帯域化と捉えている人もいれば、「ブロードバンドはIT(情報通信技術)だ」という人までいる。用語として明確な定義が存在していないこともあって、専門家と呼ばれる人たちの間でさえ、それは異なっている状況だ。

「ブロードバンド」はその機能性やサービス性、また、それを取り巻く環境(価格、利用者数など)やターゲットにする年度などによって大きく変わりうるものであり、その定義や内容自体が時代とともに確実に

進化するものである。この点を常に留意しておかないと、今後ブロードバンドビジネスを実施・展開していくうえで、大きな障害になりかねない。なぜなら、ブロードバンドビジネスは、ひとりでビジネス展開できるものではないし、もはやそういう時代もないからだ。曖昧ながらも常に進化する「ブロードバンド」。そこにビジネスとしてのチャンスとリスクが表裏一体で存在している。

アクセス網に放送も融合

今後のブロードバンドビジネスを考えるうえで基本的要件ともいえる、日本のブロードバンドの展開ならびに経緯とその背景を簡単に付言しておく。

85年4月、旧電電公社(現NTT)の民営化と市場への競争原理の導入を柱にした電気通信自由化政策が施行されて以来、日本の電気通信分野は、規制緩和や経済対策の名を借りながら「加入者回線(アクセスライン)の開放と公正競争ルールの確立」、いわゆる「ラストワンマイル問題」の解消に取り組む、新たな加入者回線事業の創出とその競争事業者の市場参入という幾多の競争政策を導入してきた。しかし、結果的には、ラストワンマイル問題を解消するための決定打にならなかったのである。

最近になって、日本でもインターネットが着実に普及を見せ始めた。ほぼ時を同じくして、先進各国では、インターネットの高速化が図られるようになり、既存の電話線を活用したADSL(デジタル加入者線xDSL技術の1つ)やCATVインターネットが急速に普及し始めた。また、お隣の韓国では、国をあげてインターネットの普及拡大を図り、またたく間に日本を追い越し、インターネット先進国の仲間入りを果たし

た。一方で、日本は長期低迷のボトム経済のまっただ中にあり、経済再生策として、より具体的な施策を提示する必要性に迫られていた。

こうした状況を一挙に打開する手段として急浮上したのが、前述したIT戦略会議による超高速インターネット大国を目指すというIT基本戦略であり、それに基づいた各種施策でもあった。そしてそこには、電話時代に果たせなかったラストワンマイル問題の次なる競争政策を導入する意図もあったのである。つまり、今日のブロードバンドは、有線・無線の多様なアクセスサービスを提供する全ての加入者系通信事業者に新たな競争構造を提示するものであり、電話の時代に果たせなかったアクセスラインの開放を促進するための競争政策という側面を持ち合わせているわけである。

ブロードバンドが注目される理由の1つは、まさに電話時代の終焉ともいえるべく新たな電気通信ビジネスの枠組みの創造と、そうした時代が到来することへの大きな期待でもある。また、そこには、日本全国各家庭に光ファイバーを敷設するFTTH、いわゆる「光の国日本」の実現に向けた促進策としての位置づけも存在しているのである。日本のブロードバンドは、こうした歴史的経緯と各種の競争政策が複雑に絡みながら展開しており、そこには規制産業としての構造が現存していることを認識しておく必要がある。

そうした中で、ブロードバンドビジネスは今後どのような展開を見せるのか。図2は、総務省(旧郵政省)が今後の電気通信事業における競争政策の在り方について答申を発表した際に、その答申に盛り込まれたイメージ図である。これには、網別のサービスから個別の網に依存しないサービス

IT基本戦略
政府主導のITへの取り組みは、99年の「ミレニアム構想」を発端に、2000年7月に設置した「IT戦略本部」と「IT戦略会議」で本格化した。首相を本部長とするIT戦略会議は閣僚などで構成され、一方の出井伸之ソニー会長が本部長を務めるIT戦略会議は民間主導。2001年にIT基本法に基づく「IT戦略本部」に統合される。本部長は首相、メンバーは閣僚と民間有識者。このIT戦略会議が提出した「e-Japan戦略」で5年以内に世界最先端のIT国家とするための4つ(高速ネットワークのインフラ整備、電子商取引ルールの整備、電子政府の実現、人材の育成)の目標を策定、同年3月の同重点計画でセキュリティの確保を加えた。

